

Silke Bernhart

Reziproke Effekte durch Sportberichterstattung

VS RESEARCH

Silke Bernhart

Reziproke Effekte durch Sportbericht- erstattung

Eine empirische Untersuchung
von Spitzensportlern

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Jürgen Wilke

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© Deutscher Universitäts-Verlag und VS Verlag für Sozialwissenschaften |
GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Christina M. Brian / Britta Göhrisch-Radmacher

Der Deutsche Universitäts-Verlag und der VS Verlag für Sozialwissenschaften sind Unternehmen
von Springer Science+Business Media.

www.duv.de

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist
ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere
für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspei-
cherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem
Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche
Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten
wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-8350-7019-6

Geleitwort

Silke Bernhart hat sich an ein schwieriges Thema herangewagt: Sie untersucht, welche Wirkungen die Massenmedien und ihre Berichterstattung auf (Spitzen-) Sportler haben. Es geht folglich um einen Beitrag zur Erforschung „reziproker Effekte“, also jener Medienwirkungen, die nicht bei den Rezipienten, sondern bei den Akteuren der Berichterstattung auftreten. Obwohl deren Entdeckung nicht ganz neu ist, gibt es dazu bisher doch kaum empirische Studien, und wenn, dann eher auf Politiker bezogen. Es ist aber nicht von der Hand zu weisen, dass durch die Expansion der Sportberichterstattung zunehmend auch Leistungssportler von solchen Effekten betroffen sind. Indizien dafür liegen inzwischen in einer Vielzahl von Interviews mit Sportlern vor. Ich selbst habe solche Belege über Jahre hinweg gesammelt, sozusagen als erste Materialgrundlage für eine künftige weiter reichende Arbeit. Davon ist einiges auch in die vorliegende Untersuchung eingegangen.

Die Idee „reziproker Effekte“ führt Silke Bernhart in ihrem forschungsgeschichtlichen Rückblick auf die McArthur-Day-Studie von Lang & Lang (1952) zurück und ordnet dieses Konzept in die Wirkungsforschung ein. Dabei folgt sie vor allem den Vorklärungen von Hans Mathias Kepplinger. So gelingt der Verfasserin eine klare Darstellung der bei reziproken Effekten beteiligten Variablen und ihrer Beziehungen. Forschungsleitend ist vor allem, dass sie sich der in der Literatur vorgezeichneten zeitlichen Abgrenzung von drei Phasen des Auftretens solcher Wirkungen anschließt, nämlich der reaktiven, der interaktiven und der pro-aktiven.

Auf dieser theoretischen und systematischen Grundlage entwickelt Silke Bernhart ihr eigenes Forschungsvorhaben. Als Ziel ihrer explorativen, qualitati-

ven Studie hat sie sich vorgenommen, eine bestimmte Anzahl von Spitzensportlern hinsichtlich ihrer Einschätzung der Medienwirkungen und ihres Umgangs mit den Medien zu befragen. Eine größere standardisierte Befragung schied aus mehreren Gründen aus. Einer davon war die Abgrenzung und Erreichbarkeit der Befragtengruppe. In der Tat erwies es sich als ein großes Problem, Spitzensportler für die Interviews zu dem Thema zu gewinnen. Die ursprünglich sehr hoch angesetzten Erwartungen erfüllten sich nicht. Zu mehr als 60 Sportlerinnen, Sportlern und Trainern suchte Silke Bernhart Kontakt, zumeist mit negativem Ergebnis. Die ganze Aktion zog sich mehrere Monate hin und stellte die Geduld der Verfasserin sehr auf die Probe. Sie ließ sich dadurch aber nicht entmutigen, sondern hielt hartnäckig an ihrem Untersuchungsplan fest. Letztendlich hatte sie elf Zusagen – erfreulicherweise gemischt nach Alter, Geschlecht, Sportart, Funktion, Prominenz. Immerhin fanden sich die Olympiasieger Ulrike Nasse-Meyfarth, Michael Groß und Gunda Niemann-Stirnemann zu Interviews bereit, auch der Davis Cup-Sieger Carl-Uwe Steeb und der zu Fernsehprominenz gelangte Mainzer Fußballtrainer Jürgen Klopp. Dass durch die Zusammensetzung der Gruppe gleichwohl Einschränkungen bedingt sind, dessen war sich Silke Bernhart bewusst, und sie hat das selbst in ihrer Arbeit angesprochen. Den Sportlern, die sich zur Mitwirkung bereit fanden, sei hier gedankt, auch dass sie einer Veröffentlichung der Aussagen, die sie gemacht haben, zustimmten.

Im methodischen Kapitel hat sie einen nach den Phasen reziproker Effekte gegliederten Fragebogen entworfen und darin die relevanten Indikatoren „verpackt“. Sie diskutiert offen Gütekriterien einer solchen Befragung und geht auf Probleme der Gesprächsführung ein. Schließlich erläutert sie ihre Auswertungsstrategie, die ebenfalls von dem Bemühen um wissenschaftliche Durchdringung und Einordnung der ihr in den Interviews erteilten Antworten geleitet ist.

Im fünften Kapitel schildert Silke Bernhart die Ergebnisse ihrer Befragung. Sie stellt zunächst die Befragten vor und berichtet von deren eigener Mediennutzung. Die eigentlich reziproken Effekte werden dann wieder zunächst für die „reaktive“ Phase, anschließend für die „interaktive“ Phase und letztendlich für die „pro-aktive“ Phase dargestellt. Der Verfasserin gelingt es in hervorragender

Weise, Einzeleffekte zu isolieren und dazu die jeweils passenden Belege aus den Interviews anzuführen.

Die Fülle der hochinteressanten Befunde muss der Leser des Buches sich selbst erschließen. Generell gab die Mehrzahl der Befragten an, fast nur positive Erfahrungen mit Medien und Journalisten gemacht und gute persönliche Beziehungen zu Journalisten aufgebaut zu haben. Dies scheint darauf hinzudeuten, dass reziproke Effekte im Sport anders aussehen als z.B. in der Politik. Dennoch sprachen die Befragten den Medien auch die Macht zu, einen Sportler zu schwächen und zu versunsichern. Kritisiert wird insbesondere die unkorrekte Wiedergabe von Aussagen in Interviews. Und als problematisch wahrgenommen wird die Einbeziehung des Privatlebens in die Berichterstattung.*

Es macht den wissenschaftlichen Wert dieser Studie aus, dass ein sehr differenziertes Bild von den reziproken Medienwirkungen auf Sportler entsteht. Denn im Einzelnen waren die Erfahrungen der befragten Sportler mit den Medien sehr unterschiedlich, und sie wechselten auch situationsbedingt und umständehalber. Die Sportart, Persönlichkeitsfaktoren, der Zeitpunkt der Karriere, der Leistungsstand usw. spielen eine maßgebliche Rolle. Dennoch gelingt es Silke Bernhart immer wieder, auch Ähnlichkeiten aufzuzeigen und die Befragten hinsichtlich bestimmter Merkmale zu gruppieren und am Ende jedes Teilkapitels das aufgespürte „Variablensystem“ schematisch zusammenzufassen. So werden aus den individuellen Fällen generelle Erkenntnisse gewonnen.

Jürgen Wilke

* Auch der Fußball-Nationalspieler Miroslav Klose hat dies in einem Interview anlässlich seiner „Torflaute“ und seines Wechsels zum FC Bayern München in einem Interview mit der „Süddeutschen Zeitung“ (5.6.2007) seinerseits erkennen lassen: „Wenn die Kritiken in der Presse positiv sind, dann freue ich mich natürlich, aber ich lasse das nicht so nah an mich ran. Genauso ist es umgekehrt. ... Das Schlimmste waren die Lügengeschichten, die über mich und mein Privatleben in die Welt gesetzt wurden, diese Schmutzkampagne. Was da auf mich, meine Familie und mein Umfeld eingepresselt ist: das Gerede darüber, dass meine Frau schwanger wäre von einem Mitspieler und all das Zeug. Ich stehe über diesen Dingen.“

Danke

Bei der vorliegenden Arbeit handelt es sich um eine explorative, qualitative Studie, die ursprünglich als Magisterarbeit erstellt wurde. An dieser Stelle möchte ich mich bei allen Personen bedanken, die mich tatkräftig unterstützt haben.

Vielen Dank an alle Sportler, die sich die Zeit dazu genommen haben, mir Rede und Antwort zu stehen. Schon allein dadurch heben sie sich von der Masse der Spitzenathleten ab.

Ein besonderer Dank gilt Herrn Professor Dr. Jürgen Wilke. Sowohl in der teilweise zähen Phase der Datenerhebung als auch bei der Vorbereitung der Buchveröffentlichung hat er mich sehr unterstützt.

Rita Walldorf hat mir beim Versand der Interviewanfragen geholfen, zahlreiche meiner Freunde haben die Arbeit Korrektur gelesen oder mir Kontakte zu Athleten vermittelt. Britta Göhrisch-Radmacher stand mir für das Buchprojekt als Lektorin zur Seite. Auch dafür vielen Dank!

Eher im Hintergrund haben mich meine Familie und Daniel begleitet. Danke für Euren Zuspruch, Euer Vertrauen und Eure Geduld.

Silke Bernhart

Inhalt

1	Einleitung	17
2	Reziproke Effekte	23
2.1	Reziproke Effekte in der Medienwirkungsforschung	23
2.2	Definition und Wirkungsmodell	25
2.2.1	Unabhängige Variablen	27
2.2.2	Intervenierende Variablen	28
2.2.3	Abhängige Variablen	29
2.2.3.1	Reaktive, interaktive und pro-aktive Effekte	31
2.2.4	Zusammenfassung	32
2.3	Erklärungsansätze	33
2.3.1	Persönliche Relevanz	33
2.3.2	Geringe Selektion	34
2.3.3	Attribution	35
2.3.4	Wahrgenommene und vermutete Reaktionen Dritter	36
2.4	Forschungsstand	37
2.4.1	Reziproke Effekte in Politik, Wirtschaft, Justiz und Medien	37
2.4.2	Reziproke Effekte im Sport	41
3	Sportberichterstattung	47
3.1	Zum Verhältnis von Sport, Medien und Wirtschaft	47
3.2	Sport in den Medien – Die Mediensportrealität	51
3.2.1	Umfang	52
3.2.2	Inhaltliche Schwerpunkte	53
3.2.3	Formale Aspekte	56
3.2.4	Zusammenfassung	57

3.3	Akteure	58
3.3.1	Sportjournalisten.....	58
3.3.1.1	Allgemeine Merkmale	58
3.3.2	Einstellung zu Sportlern	60
3.3.3	Spitzensportler	62
3.3.3.1	Begriffsbestimmung	62
3.3.3.2	Das Bild der Sportler in den Medien	64
4	Zum Forschungsprojekt.....	67
4.1	Forschungsziel und Forschungsfragen.....	67
4.2	Forschungsansatz.....	70
4.2.1	Das qualitative Interview	72
4.2.2	Verlässlichkeit der Aussagen.....	74
4.3	Durchführung.....	76
4.3.1	Auswahl und Rekrutierung der Gesprächspartner	76
4.3.2	Leitfaden und Gesprächsführung.....	78
4.4	Auswertungsstrategie.....	80
5	Ergebnisse.....	85
5.1	Befragte	85
5.2	Mediennutzung	89
5.2.1	Mediennutzungsverhalten allgemein	89
5.2.2	Interesse an Berichterstattung über die eigene Person.....	91
5.3	Reaktive Phase.....	95
5.3.1	Einstellung zu Medien	95
5.3.1.1	Wahrnehmung des Medieninteresses.....	95
5.3.1.2	Bewertung von Sportberichterstattung	99
5.3.1.3	Einschätzung des Medieneinflusses im Sport.....	101
5.3.2	Verhältnis zu Sportjournalisten	103
5.3.2.1	Bewertung der Arbeitsweise.....	104
5.3.2.2	Konfrontation mit Journalisten nach Berichterstattung	107

5.3.3	Einflüsse im Privatleben	109
5.3.3.1	Schule, Universität und Beruf.....	109
5.3.3.2	Familie, Freunde und Bekannte	112
5.3.3.3	Unbekannte.....	115
5.3.3.4	Persönliche Entwicklung	117
5.3.4	Einflüsse im sportlichen Bereich	119
5.3.4.1	Wissen um Leistungsbewertung, Erwartungen und Stimmungen .	120
5.3.4.2	Wissen um die Bewertung der Leistung anderer	122
5.3.4.3	Emotionale Verfassung.....	123
5.3.4.4	Druck und Motivation.....	126
5.3.4.5	Trainingsablauf.....	128
5.3.4.6	Wettkampfablauf	130
5.3.5	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	132
5.4	Interaktive Phase.....	135
5.4.1	Anwesenheit von Medienvertretern.....	135
5.4.2	Interviews und andere Medientermine.....	138
5.4.2.1	Einflüsse durch Sportlermerkmale.....	139
5.4.2.2	Einflüsse durch Journalistenmerkmale	141
5.4.2.3	Äußere Umstände	142
5.4.3	Folgen der Interaktion für die Sportler	144
5.4.4	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	147
5.5	Pro-aktive Phase	150
5.5.1	Professionelle Unterstützung	150
5.5.2	Institutionalisierte Interaktion.....	153
5.5.3	Konkrete Beeinflussung der Berichterstattung	155
5.5.3.1	Zurückhaltung.....	155
5.5.3.2	Aktive Themensetzung	157
5.5.3.3	Aktive Imagebildung	160
5.5.4	Zusammenfassung und Wirkungsmodell.....	163
6	Fazit	167
7	Literaturverzeichnis	175
8	Zeitungsartikel und Homepages.....	185
Anhang	189

Tabellen und Abbildungen

Tabellen

Tabelle 1: Befragte	87
Tabelle 2: Interesse an Berichterstattung über die eigene Person	92
Tabelle 3: Häufigkeit des Angesprochenwerdens	117
Tabelle 4: Beeinträchtigung der Trainingsroutine durch Medienanfragen	129
Tabelle 5: Planung der Aussagen in Interviews	159

Abbildungen

Abbildung 1: Basis-Feedback-Modell reziproker Effekte	26
Abbildung 2: Einflussgrößen und Reaktionen im reziproken Wirkungsprozess	32
Abbildung 3: Wirkungsprozesse in der reaktiven Phase	134
Abbildung 4: Wirkungsprozesse in der interaktiven Phase	149
Abbildung 5: Wirkungsprozesse in der pro-aktiven Phase	165

1 Einleitung

Es ist Mittwoch, der 22. März 2006. Die deutsche Fußball-Nationalmannschaft hat gerade mit 4:1 ein Freundschaftsspiel gegen die USA gewonnen. Bundestrainer Jürgen Klinsmann, schon seit Wochen aufgrund seines Wohnsitzes (USA), der ungeklärten Torhüter-Frage (Kahn oder Lehmann?) und schwacher vorangegangener Spiele (1:4 gegen Italien) im Mittelpunkt der öffentlichen Diskussion, tritt im Presseraum des Dortmunder Stadions vor die Journalisten. Die *Süddeutsche Zeitung* berichtet, wie er all dem Unmut Luft macht, der sich, wie es scheint, über Monate in ihm aufgestaut hatte:

„Was er nach dem 1:4 in Florenz gegen Italien, wo es nichts zu loben gab, habe lesen müssen, ‚war teilweise unter der Respektsgrenze‘. ‚Man‘ habe ‚beinahe die WM riskiert durch puren Pessimismus, durch negative Aggressivität, die von gewissen Leute gekommen ist. Man hat Politik gemacht, die zu weit geht, um Stimmung zu machen beim Publikum. Wir wissen, wo die Leute sitzen, die uns nicht wohlgesonnen sind und uns Knüppel zwischen die Beine werfen‘. [...] ‚Es ist Zeit‘, hielt Klinsmann dem verdutzten Journalisten-Auditorium mittels Generalverdacht vor, ‚dass Ihr Euch Gedanken macht, was Ihr für einen Einfluss habt auf die Spieler und ihre Familien‘“ (L. Schulze, *SZ*, 24.03.2006).

Genau dieser Einfluss soll Thema der vorliegenden Arbeit sein. Viel wird gemutmaßt über die Wirkungen, die Medien und ihre Berichterstattung auf Sportler, Trainer und deren Angehörige haben. Auch Versuche dieser Akteure, sich Medienberichterstattung zunutze zumachen, werden häufig thematisiert. Gesicherte wissenschaftliche Erkenntnisse gibt es dagegen keine. Die im Folgenden entwickelte Studie soll dazu beitragen, diese Lücke zu schließen.

Erklärungsansätze und Theorien der Medienwirkungsforschung wurden bisher meist zuletzt auf den Bereich Sport übertragen.¹ Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass Prozesse und Ereignisse hier von geringerer gesellschaftlicher Relevanz und Verbindlichkeit sind als zum Beispiel in Politik und Wirtschaft. Vermutlich spielen auch finanzielle Aspekte eine Rolle: Besonders von Seiten der Politik werden häufig Forschungsprojekte gefördert, die Aufschluss darüber geben sollen, wie sowohl das Auftreten vor der Kamera als auch die politische Berichterstattung auf potenzielle Wähler wirkt (H. Bonfadelli 1999: 11). Während jedoch die Rezipienten von Sportberichterstattung mittlerweile in zahlreichen Untersuchungen Berücksichtigung fanden (H. Schramm 2004), wurden Einflüsse auf die Akteure dieser Medienbotschaften bisher so gut wie gar nicht behandelt.² Ein Grund für dieses Defizit ist, dass in der Wirkungsforschung das Wechselspiel zwischen Personen öffentlichen Interesses und Medien sowie Medienvertretern – zusammengefasst unter dem Begriff „reziproke Effekte“ – insgesamt vernachlässigt wurde: In einem unveröffentlichten *Research Proposal* von 2004 kritisiert KEPPLINGER, dass es bisher weder eine Dokumentation der vereinzelt Studien zu dem Thema noch eine Typologie der direkten und indirekten Wirkungen gibt (H.M. Kepplinger 2004). Die vergleichsweise wenigen veröffentlichten Arbeiten befassen sich außerdem vorwiegend mit Medieneinflüssen auf Entscheidungsträger. Athleten treffen dagegen nur selten verbindliche Entscheidungen: Für den gesamten Sport oder einzelne Sportarten relevante Maßnahmen werden von Sportfunktionären bestimmt. So können Medieneinflüsse auf Sportler auch weniger an konkreten Entscheidungen oder Handlungen festgemacht werden als zum Beispiel in Politik und Wirtschaft, wo ständig neue Richtlinien hervorgebracht oder Abwägungen über Investitionen und Personalpolitik getroffen werden. Dies erschwert die Forschung.

¹ In einem Sammelband von Hackforth wurden erst 1988 erstmals empirische Studien vorgestellt, die sich explizit mit Wirkungen von Sportberichterstattung beschäftigten (J. Hackforth 1988a).

² Von den 14 Aufsätzen des oben erwähnten Sammelbandes von Hackforth beschäftigt sich nur ein einziger mit Einflüssen von Sportberichterstattung auf die Sportler selbst. Dieser Aufsatz ist die Zusammenfassung einer quantitativen Befragung von 1985, die in Kapitel 2.4.2 als einzige empirische Studie vorgestellt werden wird. Auch zehn Jahre später weist Görner auf das weiterhin bestehende Forschungsdefizit hin (F. Görner 1995: 284).

Dennoch darf das Wechselspiel zwischen Medien und Sportlern in der Kommunikationswissenschaft nicht unberücksichtigt bleiben. Der Sport ist schon lange nicht mehr nur die schönste Nebensache der Welt, sondern nimmt in der modernen Gesellschaft eine zentrale Rolle ein. Die Fußballweltmeisterschaft in Deutschland 2006 ist dafür das beste Beispiel: Die Veranstaltung selbst sowie die Spiele der Nationalmannschaft lösten innerhalb der deutschen Bevölkerung eine derartige Euphorie aus, dass heftige Diskussionen um ein neues deutsches Selbstbewusstsein und einen wiederentdeckten Nationalstolz aufkamen und das politische Tagesgeschehen in den Hintergrund gedrängt wurde (D. Kurbjuweit 2006: 70). Das Halbfinal-Spiel zwischen Deutschland und Italien brach alle Zuschauerrekorde und erzielte während der Verlängerung sogar eine Einschaltquote von 91,2 Prozent (ZDF-Homepage 18.6.2006). Im Mittelpunkt der öffentlichen Aufmerksamkeit standen die Trainer und Spieler der Mannschaft. Ihr Erfolg erlangte nicht zuletzt durch die Medienberichterstattung eine Bedeutung weit über das rein Sportliche hinaus. Spitzensportler gelten als Idole und Bezugspersonen, sie setzen Trends und beeinflussen Stimmungen, ihre Leistung kann weltweite Aufmerksamkeit hervorrufen, kann nationale Erwartungen erfüllen oder enttäuschen. Zahlreiche Sportler nehmen nach ihrer sportlichen Laufbahn öffentliche Ämter wahr und profitieren hier noch im Nachhinein von ihrer Popularität: Der ehemalige Fußballprofi George Weah kandidierte 2005 in Liberia für die Präsidentschaft (T. Scheen, *F.A.Z.*, 08.09.2005), der Brasilianer Pélé, dreimaliger Fußball-Weltmeister, wurde 1995 Sportminister seines Landes. Sein ehemaliger Mitspieler und Teamkapitän Sócrates stellte in einem Interview fest: „Die Jugendlichen [in Brasilien] hören eher einem Fußballer zu als dem Präsidenten der Republik“ (J. Glüsing und A. Weinzierl, *Der Spiegel*, 29.04.2006). Diese wenigen Beispiele sollten genügen, um aufzuzeigen, welche zentrale gesellschaftliche Position sowohl aktive als auch ehemalige Spitzensportler häufig einnehmen.

Popularität und öffentliche Wahrnehmung von Sportlern sind in erster Linie geprägt durch die Medien, welche außergewöhnliche sportliche Leistungen durch ihre Berichterstattung erst überregional bekannt machen. Doch wie bewער-

ten die Athleten selbst die Rolle der Medienberichterstattung in ihrem Leben? Wie empfinden sie öffentliches Lob und öffentliche Kritik? Wie erleben sie den Umgang mit Journalisten, wie ihr eigenes Auftreten in Interviews? Und wie bewerten sie ihre Möglichkeiten, die Macht der Medien aktiv für sich zu nutzen? All diesen Fragen soll in der vorliegenden Arbeit mittels einer explorativen qualitativen Studie auf den Grund gegangen werden.

Die Arbeit ist gegliedert in drei verschiedene Teile. Zu Beginn wird der theoretische Rahmen der Studie dargelegt, anschließend wird das methodische Vorgehen beschrieben und zum Schluss folgt die systematische Auswertung der erhobenen Daten. In *Kapitel 2* soll zunächst der Ursprung des Begriffs „reziproke Effekte“ als Bezeichnung für wechselseitige Prozesse zwischen Medien und den Protagonisten der Medienberichterstattung vorgestellt werden. Es folgt eine Einordnung dieses Untersuchungsgegenstands in den Bereich der Medienwirkungsforschung. Anschließend wird anhand bestehender Erkenntnisse und theoretischer Überlegungen ein allgemeines Modell reziproker Effekte entwickelt, das Wirkungsrichtungen und Einflussfaktoren systematisch zusammenfasst. In einem weiteren Abschnitt sollen Erklärungen dafür geliefert werden, warum Wirkungen auf Akteure von Medienberichterstattung als höher einzuschätzen sind als Wirkungen auf Rezipienten. Das erste Kapitel endet mit einer Zusammenstellung der wenigen und bisher eher unsystematischen Arbeiten zu reziproken Effekten in unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilbereichen. Besonderes Augenmerk liegt hier auf dem Bereich Sport, für den auch die Sportberichterstattung selbst herangezogen wird, um wechselseitige Einflüsse darzustellen.

Zur Erklärung der Wirkungen von Medienberichten auf Sportler sowie umgekehrt des Einflusspotenzials von Sportlern auf Medieninhalte muss ein Überblick über die Eigenschaften und Besonderheiten von Sportberichterstattung gegeben werden. Da der Sport nicht als isoliertes System, sondern nur im Wechselspiel mit Medien und Wirtschaft betrachtet werden kann, beginnt *Kapitel 3* mit einer Darstellung des Verhältnisses zwischen Sport, Medien und Wirtschaft. Anschließend soll verdeutlicht werden, durch welche quantitativen, inhaltlichen und formalen Merkmale sich die Berichterstattung über den Sport in Deutsch-

land auszeichnet. Zuletzt erfolgt eine Vorstellung der zentralen Akteure: der Journalisten und der Sportler selbst. Von Interesse sind hier zum einen die Arbeitsbedingungen und -auffassungen von Sportjournalisten und zum anderen die institutionellen Rahmenbedingungen für Spitzensportler sowie die Art und Weise, wie erfolgreiche Athleten in den Medien präsentiert werden.

Kapitel 4 behandelt schließlich die Phase der Datenerhebung. Zunächst wird das Erkenntnisinteresse konkretisiert und anhand dessen die Wahl einer qualitativen Vorgehensweise begründet. Ein Abschnitt widmet sich dabei den Besonderheiten qualitativer Untersuchungen allgemein sowie der hier angewendeten Methode qualitativer Interviews. Herausgestellt werden muss auch, wie Elemente verschiedener Formen qualitativer Interviews an das Forschungsziel der vorliegenden Arbeit angepasst wurden. Anschließend wird die Durchführung der Untersuchung offen gelegt. Dazu gehören die Erarbeitung eines Interview-Leitfadens, Auswahl und Rekrutierung der Gesprächspartner und Elemente der Gesprächsführung. Zuletzt wird die Vorgehensweise bei der Auswertung der erhobenen Daten beschrieben, um die Nachvollziehbarkeit der Erkenntnisse zu gewährleisten.

Nachdem so das nötige Hintergrundwissen geliefert wurde, folgt in *Kapitel 5* die systematische Darstellung der Ergebnisse aus Interviews mit elf aktuellen und ehemaligen deutschen Spitzensportlern und Trainern. Dabei soll nicht nur ein umfassender Überblick über wechselseitige Wirkungen zwischen Medien und Sportlern gegeben werden. Ziel ist es auch, das zu Anfang der Arbeit vorgestellte Modell zur Systematisierung reziproker Effekte an die Besonderheiten im Bereich Sport anzupassen. Somit können allgemeine theoretischer Überlegungen hinsichtlich des Wechselspiels zwischen Medien und den Protagonisten ihrer Berichterstattung erweitert und konkretisiert werden.

2 Reziproke Effekte

Zu Anfang der vorliegenden Arbeit werden bisherige Erkenntnisse zu wechselseitigen Wirkungen zwischen Medien und Akteuren der Medienberichterstattung im Mittelpunkt stehen.³ So soll das theoretische Hintergrundwissen vermittelt werden, auf dem die durchgeführte Studie basiert und das im Auswertungsteil um neu gewonnene Erkenntnisse ergänzt wird.

2.1 Reziproke Effekte in der Medienwirkungsforschung

Der Begriff reziproke Effekte wurde erstmals verwendet im Rahmen einer Studie von LANG & LANG im Jahre 1952 (K. und G.E. Lang 1960: 544-560). Die Autoren nahmen eine Parade zu Ehren des Generals Douglas MacArthur in Chicago zum Anlass, Unterschiede zwischen der Wahrnehmung des Ereignisses durch die Zuschauer vor Ort und die Fernsehzuschauer zu untersuchen. Eher als Randnotiz hielten sie fest, dass die Präsenz von Fernsehkameras an bestimmten Punkten der Parade Reaktionen der Schaulustigen auslöste:

“The camera selected shots of the noisy and waving audience, but in this case, the television camera itself created the incident. The cheering, waving, and shouting was often largely a response to the aiming of the camera. The crowd was thrilled to be on television, and many attempted to make themselves apparent to acquaintances who might be watching.” (K. und G.E. Lang 1960: 557)

³ Im Folgenden werden die Begriffe *Akteure* oder *Protagonisten* synonym zur Bezeichnung derjenigen Personen verwendet, die selbst Inhalt von Medienberichterstattung sind..

Dieses Phänomen bezeichneten LANG & LANG als „reciprocal effects“, ins Deutsche auch übersetzbar als „wechselseitige Effekte“: Medienpräsenz beeinflusst diejenigen, über die berichtet wird, und deren Reaktion wiederum löst erneut Medieninteresse aus.

Obwohl die Studie zum MacArthur Day bereits mehr als 50 Jahre zurück liegt, muss man feststellen, dass die Forschung zu reziproken Effekten seitdem keine großen Fortschritte gemacht hat. „Reciprocal effects“ blieben eine Neben-erkenntnis, die, mit Ausnahme von vereinzelt Fallstudien, in anschließenden Untersuchungen kaum wieder aufgegriffen wurde. Im Zentrum der Wirkungsfor-schung standen bisher mehr oder weniger unbeteiligte Rezipienten der Medien-botschaften und nicht diejenigen, die Thema von Medienbotschaften sind. Ein Grund dafür ist eine scheinbare Irrelevanz: Nur eine verschwindend kleine Min-derheit ist selbst von Medienberichterstattung betroffen. Doch zu dieser Min-derheit gehören eben jene Personen, die in der Gesellschaft wichtige Positionen innehaben: Entscheidungsträger in Politik, Wirtschaft und Justiz, Prominente aus Sport und Unterhaltung. Bisher war die vorherrschende Auffassung, der Medien-einfluss auf politische Entscheidungsträger bestehe nur indirekt und werde vor allem durch die wahlberechtigten Bürger vermittelt (H.M. Kepplinger und E. Noelle-Neumann 2002: 625). Direkte Einflüsse der Medien und ihrer Berichter-stattung wurden dagegen vernachlässigt, Handlungen der Entscheidungsträger wurden auf die Personen selbst und nicht auf ihren Medienkontakt zurückge-führt. Dies lässt sich besonders gut am Beispiel der Agenda-Setting-Forschung verdeutlichen: Lange Zeit stand im Zentrum der Forschung die Frage, welchen Einfluss Medienberichterstattung auf die Themenagenda der Bevölkerung hat. Impliziert wurde erst als zweiter Schritt eine Wirkung der Bevölkerungsagenda auf die Politik. Der direkte Einfluss der Medienagenda auf Entscheidungsträger wird erst seit Anfang der 90er Jahre thematisiert (H.-M Kepplinger und E. Noel-le-Neumann 2002: 615-616). Weitere Gründe für das Forschungsdefizit sind praktischer Natur. Zunächst ist es aufgrund der geringen Anzahl von Betroffenen allgemein schwierig, aussagekräftige quantitative Studien durchzuführen. Unbe-kannte Akteure von Medienberichten sind nicht leicht ausfindig zu machen, zu

prominenten Akteuren erhält man nur schwer Zugang. Wenn der Kontakt zu Letzteren doch hergestellt werden kann, muss man außerdem damit rechnen, dass viele Auskünfte eher diplomatisch und weniger selbstkritisch sind.⁴

In der Medienwirkungsforschung unterscheidet man zwischen lerntheoretischen und kognitionstheoretischen Ansätzen. Während bei den *lerntheoretischen* Modellen unterschiedliche Ergebnisse des Medieneinflusses im Vordergrund stehen, integrieren *kognitionstheoretische* Modelle zusätzlich Informationsverarbeitungsprozesse der Rezipienten (H.M. Kepplinger und E. Noelle-Neumann 2002: 611-631). Reziproke Effekte sind eher den lerntheoretischen Ansätzen zuzuordnen, denn im Vordergrund steht die Frage nach konkreten Folgen der Medienwirkungen. Zunehmend werden jedoch auch Annahmen zu emotionalen und kognitiven Verarbeitungsprozessen in Modelle zu reziproken Effekten integriert (H.M. Kepplinger 2007: 3-23). Die intensivere Auseinandersetzung mit dieser Form der wechselseitigen Einflüsse wurde erst in den letzten zehn Jahren vorangetrieben. Eine systematischere Vorgehensweise fordert vor allem KEPPLINGER. Seine Überlegungen werden im Folgenden bei der Vorstellung der für reziproke Effekte relevanten Einflussgrößen und der Erarbeitung eines allgemeinen Modells wechselseitiger Wirkungen integriert.⁵

2.2 Definition und Wirkungsmodell

Reziproke Effekte beschreiben direkte Einflüsse von Medienberichten auf die Personen, die im Zentrum der Medienberichterstattung stehen. Diese Personen können sowohl Prominente sein, zum Beispiel Politiker, Unternehmer, Künstler oder Sportler, als auch Unbekannte, zum Beispiel Kriminalitätsoffer. In herkömmlichen Modellen der Wirkungsforschung tauchen diese Einflüsse bisher nur als indirekte Effekte auf, vermittelt durch die Reaktionen der Rezipienten.

⁴ Zur Rekrutierung von Interviewpartnern für die vorliegende Studie siehe Kapitel 4.3.2.

⁵ Als Basis dienen die bereits zitierten Aufsätze von Kepplinger (H.M. Kepplinger 2007 und 2004). Diese werden durch eigene Überlegungen und Recherchen ergänzt.